

## **ABSTRAK**

Nilai perusahaan merupakan aspek penting yang mampu mempengaruhi persepsi dari pada investor untuk melakukan sejumlah investasi pada perusahaan yang memiliki nilai tinggi seperti dilihat harga sahamnya dan kinerja keuangan perusahaan yang ada dalam laporan tahunan/keuangan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan dari perusahaan maka pihak manajemen cenderung berusaha mengoptimalkan harga saham, meningkatkan keuntungan, menekan hutang dan memperbesar ukuran perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris terkait dengan adanya pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 104 data laporan keuangan selama 4 tahun pengamatan yang diambil dengan teknik purposive sampling dan merupakan perusahaan manufaktur pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2016 hingga 2019. Data penelitian sebelum dianalisis dilakukan pengujian asumsi berupa uji normalitas, multikolineritas, heterokedastisitas dan autokorelasi, yang kemudian dianalisis dengan regresi berganda. Hasil penelitian bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai dari perusahaan, begitu juga dengan tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan ukuran perusahaan yang tidak memberikan pengaruh terhadap nilai

perusahaan sehingga besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mampu menentukan tinggi atau rendahnya nilai perusahaan.

**Kata Kunci : Profitabilitas (ROA), Ukuran Perusahaan (size),  
Lverage (DAR), Nilai Perusahaan (PBV)**

## **ABSTRACT**

*The value of the company is importnt aspect that is able to influence the perception of The value of the company is an important aspect that is able to influence the perception of investors to make a number of investments in companies that have high values as seen in their share prices and financial performance of companies in the annual/financial reports. High company value is the goal of the company, so management tends to try to optimize stock prices, increase profits, reduce debt and increase company size. Therefore, it is very important to find the consistency of the factors that have an influence on firm value. This study aims to prove empirically related to the effect of profitability, firm size and leverage on firm value. The sample of this research is 104 financial statement data for 4 years of observation taken by purposive sampling technique and are manufacturing companies in the food and beverage sector listed on the IDX from 2016 to 2019. The research data before being analyzed were tested for assumptions in the form of normality, multicollinearity, and multicollinearity tests. heteroscedasticity and autocorrelation, which were then analyzed by multiple regression. This study found that profitability (ROA) has positive and significant efect on value of comppany, as well as the level of comppany leverage has a positif and significant efect on the value of the company. However, it is different from the size of company which does not have an influence on the value of the company so that the size of company is not able to determine the high or low value the company.*

*Keywords: Profitability (ROA), Firm Size (size), Leverage (DAR), Firm Value (PBV).*