

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan juga merupakan target jangka panjang untuk setiap perusahaan yang dapat tercermin dari pergerakan harga saham di bursa efek Indonesia yang menjadi sebuah penilaian dari investor. Tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk dapat mengoptimalkan nilai perusahaan dan juga demi kesejahteraan pemiliknya yang ditunjukkan oleh harga saham.

Penelitian ini dilakukan mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2020. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan diperoleh 150 sampel yang akan di observasi. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan *software eviews 10*.

Berdasarkan hasil penelitian profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. secara parsial profitabilitas dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Disarankan untuk perusahaan agar meningkatkan profitabilitas karena berpengaruh kearah negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas memiliki arah negatif yang akan mengurangi nilai perusahaan dan sebagian besar perusahaan sektor industri barang konsumsi belum dapat mengelola asetnya secara efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Leverage*, Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan