

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Umur Perusahaan, *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini menggunakan 52 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 16 dengan total sampel sebanyak 80 data. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan software Eviews 12.

Hasil penelitian mengungkapkan secara simultan bahwa Umur Perusahaan, *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi tahun 2017-2021. Secara parsial umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diharapkan penelitian ini digunakan sebagai bahan pertimbangan nilai perusahaan bagi perusahaan dan juga diharapkan dapat membantu investor dalam menginvestasikan modalnya kepada perusahaan.

Bagi pihak akademisi penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mendalami hubungan antara variabel-variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan,

Kata kunci: nilai perusahaan, Umur Perusahaan, *growth opportunity*, profitabilitas, ukuran perusahaan.