

ABSTRACT

Companies that grow in the era of globalization are required to compete in the business world. The ever-increasing economic development causes the inter-company business competition to increase. With the aim of companies that want to maximize the wealth or value of the company then the company is required to continue to innovate. For this reason, this research aims to examine the influence of innovation, sales growth, and firm size on firm value.

Population in this research is sub sector consumer goods company at Indonesia Stock Exchange, sampling technique in this research use purposive sampling and sample used in this research is 13 company, observation period done in year 2013-2016. The type of data used in this research is secondary data using annual report data. The analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The test results from this research by using the model feasibility test shows a model worthy of use in further research with a significant level of 0.002 and using hypothesis testing using t test. The result of this research t test indicates that innovation variable and firm size have negative influence to firm value, while sales growth variable has no influence to firm value.

Keywords: innovation, sales growth, company size and corporate value

ABSTRAK

Perusahaan yang berkembang dalam era globalisasi dituntut untuk dapat bersaing dalam dunia usaha. Perkembangan ekonomi yang terus meningkat menyebabkan persaingan bisnis antar perusahaan semakin meningkat. Dengan tujuan perusahaan yang ingin memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan maka perusahaan dituntut untuk terus berinovasi. Berdasarkan alasan tersebut penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 13 perusahaan, periode pengamatan yang dilakukan pada tahun 2013-2016. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan menggunakan data laporan tahunan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil pengujian dari penelitian ini dengan menggunakan uji kelayakan model menunjukkan model layak digunakan dalam penelitian lebih lanjut dengan tingkat signifikan 0,002 dan menggunakan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji t. Hasil Uji t penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : Inovasi, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan