

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, struktur modal, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2019-2021. Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari ukuran perusahaan, struktur modal, dan *growth opportunity*. Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Dengan menetapkan lima kriteria, maka diperoleh sampel dengan total 24 perusahaan industri barang konsumsi untuk periode tiga tahun. Sehingga data sampel yang akan diolah yaitu sebanyak 72 data. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sebagai teknik analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan *growth opportunity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: ukuran perusahaan, struktur modal, *growth opportunity*, nilai perusahaan.

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of firm size, capital structure, and growth opportunity on firm value. Moreover, the population was Consumption Goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2019-2021. Furthermore, the independent variables consisted of firm value, capital structure, and growth opportunity. While the dependent variable was firm value.

The research was quantitative. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on the criteria given. Additionally, the five criteria were obtained from a total of 24 Consumption Goods companies in three years of observation (2019-2021). In line with that, the total data become 72 data. In addition, the data analysis technique used multiple linear regressions.

According to the result, it showed that firm size did not affect firm value, On the other hand, capital structure had a positive effect on firm value. In contrast, growth opportunity had a negative effect on firm value.

Keywords: Firm Size, Capital Structure, Growth Opportunity, Firm Value

