

## ABSTRACT

This study aims to explain out Sales Growth as measured by Growth of Sales, Firm Size as measured by Size and Profitability as measured by ROA affect Company Value in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The independent variables used are Sales Growth, Firm Size and Profitability. While the dependent variable used is Company Value. The sample used in this study were 12 companies which were taken using purposive sampling technique. The data analysis technique used is the classical assumption test (normality test, multicollinearity test, autocorrelation test and heteroscedasticity test), multiple linear regression and hypothesis testing (T test and F test). The results of the analysis show that simultaneously company size, sales growth and profitability have an effect on firm value. Partially Sales Growth has no effect on the value of the food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. Firm Size has no effect on the value of the food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019., and Profitability has no effect on the value of the food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019.

Keywords: Sales Growth, Firm Size, Profitability, Company Value

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Sales Growth yang diukur dengan Growth of Sales, Firm Size yang diukur dengan Size dan Profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel independen yang digunakan adalah Sales Growth, Firm Size dan Profitabilitas. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 12 perusahaan yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas), regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji T dan uji F). Hasil analisis menunjukkan secara simultan ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial Sales Growth tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Firm Size tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019, dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.

Kata Kunci: Sales Growth, Firm Size, Profitabilitas, Nilai Perusahaan