

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan dapat meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini melainkan juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan juga berkaitan dengan citra perusahaan itu sendiri. Semakin baik citra perusahaan di publik maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kualitas audit terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian eksplanatori. Metode penentuan sampel menggunakan *non-random sampling* yakni *purposive sampling* serta menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan, diperoleh 63 perusahaan manufaktur dengan periode lima tahun penelitian memperoleh 315 observasi. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Data Panel dengan aplikasi program E-Views 12 dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan untuk variabel kualitas audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Kualitas Audit, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

Company value is an investor's perception of the success rate of a company which is often associated with the stock price. A high stock price makes the company's value also high, and can increase market confidence not only in the company's current performance but also in the company's prospects in the future upcoming. Corporate value is also related to the image of the company itself. The better the company's image in the public, the higher the company's value. This study aims to examine the effect of profitability, reliability, company size, and audit quality on company value. The population used in this study is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 period. The method used is a quantitative method with an explanatory research approach. The sampling method using non-random sampling, namely purposive sampling and using secondary data in the form of annual reports and company financial statements, was obtained by 63 companies with a five-year period, the study obtained 315 observations. Data analysis technique using Panel Data Regression Analysis with E-Views 12 program application with a significance level of 5%. The results showed that profitability, leverage, company size have a positive and significant influence on the value of the company. As for the audit quality variable, it has no effect on the value of the company.

Keywords: *Profitability, Leverage, Company Size, Audit Quality, Company Value.*