



**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PENJUALAN,
DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
(BEI) Periode 2022-2024)**

Oleh:

MARISCA SHAHIRA

2210533021

Dosen Pembimbing:

Fitriyeni Oktavia, S.E., M.Si., Ak.

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi**

PADANG

2026

	No. Alumni Universitas	MARISCA SHAHIRA	No. Alumni Fakultas
	BIODATA a) Tempat/Tanggal Lahir: Padang/30 Maret 2003 b) Nama Orang Tua: Syahriwal dan Nelvy Hariaty c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis d) Jurusan: Akuntansi e) No. BP: 2210533021 f) Tanggal Lulus: 3 Agustus 2026 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,29 i) Lama Studi: 4 Tahun j) Alamat Orang Tua: Komp. Alam Permai Blok B No 8, Kelurahan Ampang Kecamatan Kuranji		
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2022-2024) Skripsi Oleh: Marisca Shahira Pembimbing: Fitriyeni Oktavia, S.E., M.Si., Ak.			
ABSTRACT <i>This study aims to analyze the effects of firm size, sales growth, and leverage on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022–2024 period. This research is motivated by economic conditions that remain affected by global uncertainty, leading investors to become more selective in assessing companies' fundamental conditions. This study employs a quantitative approach using an associative research method. The data consist of financial statements of manufacturing companies obtained from the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique used is purposive sampling, resulting in a sample of 26 companies with a total of 84 observations. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS. The results indicate that firm size, sales growth, and leverage individually have no significant effect on firm value. Simultaneously, the three variables also have no significant effect on firm value. These findings suggest that investors do not solely consider firm size, sales growth, and leverage in assessing firm value, but also take into account other factors, such as profitability, financial stability, and the company's future prospects.</i> Keywords: Firm Size, Sales Growth, Leverage, Firm Value, Manufacturing Companies.			

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**(Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Periode 2022-2024)**

Oleh:

Marisca Shahira
NIM.2210533021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi yang masih dipengaruhi ketidakpastian global sehingga investor menjadi lebih selektif dalam menilai kondisi fundamental perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data penelitian berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sehingga diperoleh 26 perusahaan dengan total 84 data pengamatan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan leverage secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan leverage, tetapi juga memperhatikan faktor lain seperti profitabilitas, stabilitas keuangan, dan prospek perusahaan di masa mendatang.

Kata Kunci: Ukuran perusahaan, Pertumbuhan penjualan, *Leverage*, Nilai perusahaan, Perusahaan manufaktur.