

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk menguji secara empiris dan mengetahui pengaruh inflasi, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016 – 2021. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 39 perusahaan retail yang terdaftar di BEI. Sampel yang digunakan berjumlah 12 perusahaan yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data laporan keuangan perusahaan yang diperoleh melalui situs resmi BEI maupun perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inflasi dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan subsektor retail.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Inflasi, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan.

ABSTRACT

The research aimed to examine the effect of inflation, firm size, firm growth, and sales growth on firm value. The research was conducted on retailing subsector companies listed on the Bursa Efek Indonesia (BEI) 2016 – 2021 period with a population of 39 companies and sample of 12 companies. The sampling method used is purposive sampling, namely the sampling technique of data sources with certain considerations. The data analysis technique used is descriptive statistics, normality, classical assumption test, multiple linear analysis and hypothesis testing. The results of the study found that inflation and firm size had no effect on firm value, while firm growth and sales growth had an effect on firm value on subsector retailing.

Keywords: Firm Value, Inflation, Firm Size, Firm Growth, and Sales Growth