

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan leverage sebagai variabel intervening. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2022. Sedangkan sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 31 perusahaan sebagai sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan analisis jalur.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap leverage, pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap leverage, ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, leverage tidak memediasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Ukuran perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan, Leverage