

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan mengetahui beberapa besar pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 57 perusahaan industri barang konsumsi dan sampel sejumlah 40 perusahaan dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan *Eviews 9*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas dapat memediasi ukuran perusahaan serta profitabilitas juga dapat memediasi pertumbuhan penjualan. Namun secara simultan ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas dapat memoderasi ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci : Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.**

*This study aims to determine the large influence of Company Size and Sales Growth on Company Value with Profitability as Moderating Variable in Consumer Goods Industrial Companies listed on the IDX for the period 2016-2020.*

*The population in this study found 57 consumer goods industrial companies and a sample of 40 companies using purposive sampling technique. This study uses Eviews 9. The results of this study show that in partial company size and sales growth have no effect on firm value, and profitability can mediate firm size and profitability can also mediate sales growth. However, simultaneously the size of the company and sales growth together can affect the value of the company and profitability can moderate the size of the company and sales growth together on the value of the company.*

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