

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori agensi. Teori agensi menggambarkan hubungan kontraktual diantara pihak yang memberikan kepercayaan yaitu pemegang saham sebagai principal dengan pihak yang diberikan kepercayaan yaitu manajemen (agen). Menurut teori ini, Sebagai pengelola perusahaan manajer akan lebih banyak mengetahui informasi internal dibandingkan dengan pemegang saham maka manajer wajib memberikan informasi mengenai kondisi suatu perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori agensi, yang menunjukkan profitabilitas, *leverage* dan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori agensi yang diwakili pada variabel likuiditas tidak mampu menjelaskan hasilnya. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang telah terdaftar di BEI. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama 5 tahun terakhir yaitu 2017-2021, dengan total sampel yaitu 30 perusahaan. Pada penelitian ini pengujian data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata-kata kunci:** Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Kebijakan Dividen

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to test whether there is an influence between profitability, liquidity, leverage, and dividend policy on firm value. The theory used in this research is agency theory. Agency theory describes the contractual relationship between the party who gives the trust, namely the shareholders as the principal and the party who is given the trust, namely the management (agent). According to this theory, as the manager of the company, the manager will know more about internal information than the shareholders, so the manager is obliged to provide information about the condition of a company. The results of this study support agency theory, which shows that profitability, leverage and dividend policy influence firm value. However, the results of this study indicate that the agency theory represented on the liquidity variables is not able to explain the results. The type of research used in this research is quantitative research. The population used in this study are manufacturing companies in the consumer goods sector that have been listed on the IDX. The sample used in this study is manufacturing companies in the consumer goods sector listed on the IDX for the last 5 years, namely 2017-2021, with a total sample of 30 companies. In this study, the data was tested using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). The results of this study indicate that profitability has a significant positive effect on firm value. Liquidity has no significant effect on firm value. Leverage has a positive and significant effect on firm value. Dividend policy has a positive and significant effect on firm value.*

**Keywords:** Profitability, Liquidity, Leverage, Dividend Policy