

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *corporate social responsibility*, *corporate reputation*, dan *firm size* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderasi. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah 128 perusahaan yang terdaftar di yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2019-2023 yang diperoleh dari www.idx.co.id. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan didapat sebanyak 50 perusahaan sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Alat analisis yang digunakan adalah *Eviews 10*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate sosial responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *corporate reputation* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *firm size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *corporate sosial responsibility*, *corporate reputation* dan *firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai moderasi pada perusahaan manufaktur Sektor Barang Konsumen Non Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation, Firm Size, Profitabilitas, Nilai Perusahaan*

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence corporate social responsibility, corporate reputation, and firm size have on firm value with profitability as a moderating variable. The population used in this study were 128 companies listed on the Indonesian stock exchange in 2019-2023 obtained from www.idx.co.id. The sampling technique used was purposive sampling and obtained as many as 50 companies as samples. The analysis method used is multiple linear regression analysis. The analysis tool used is Eviews 10.

The results of this study indicate that corporate social responsibility has an effect on firm value, corporate reputation has no effect on firm value, firm size has an effect on firm value, while corporate social responsibility, corporate reputation and firm size have no effect on firm value with profitability as moderation in manufacturing companies in the Non-Primary Consumer Goods Sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2023.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation, Firm Size, Profitability, Firm Value*