

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Kontrol”. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage*, likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan tiap perusahaan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dan website masing-masing perusahaan. Alat yang digunakan untuk membantu pengolahan data yaitu *software IBM SPSS versi 26.0*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (2) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (3) Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (4) *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, (5) Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Implikasi dari penelitian yaitu dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan manajemen perusahaan dapat terus memperhatikan pengelolaan hutangnya dengan baik agar dapat menghasilkan keuntungan. Selain itu diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen, investor atau pihak yang berkepentingan lainnya dalam mengambil keputusan dan kebijakan berinvestasi.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage*, likuiditas, profitabilitas, nilai perusahaan.

SUMMARY

This study entitled "The Effect of Corporate Social Responsibility, Company Size, Sales Growth, Leverage, Liquidity on Firm Value with Profitability as the Control Variable". Aims to determine the effect of corporate social responsibility, company size, sales growth, leverage, liquidity on firm value.

The population in this study were all non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2022. Samples were taken using purposive sampling technique. The data used in this study comes from the annual report and sustainability report of each company obtained from the Indonesia Stock Exchange and the website of each company. The tool used to assist data processing is IBM SPSS software version 26.0.

The results showed that (1) Corporate social responsibility has no effect on firm value, (2) Company size has no effect on firm value, (3) Sales growth has no effect on firm value, (4) Leverage has a negative effect on firm value, (5) Liquidity has no effect on firm value.

The implication of the research is that in an effort to increase the value of the company, company management can continue to pay attention to managing its debt properly in order to generate profits. In addition, it is hoped that the results of this study can be used as material for consideration for management, investors or other interested parties in making investment decisions and policies.

Keywords: *corporate social responsibility, firm size, sales growth, leverage, liquidity, profitability, firm value.*