

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif antara CSR dan Reputasi Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan yang terdapat di bursa efek Indonesia. jenis data yang dikumpulkan adalah data primer yang di dapatkan dari laporan tahunan perusahaan pada website resmi Bursa Efek Indonesia. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Dengan menggunakan 63 populasi penelitian. Penelitian ini menggunakan 15 sampel yang diteliti dari tahun 2018-2022 dengan menggunakan sebanyak 75 data yang diujikan. Dan Teknik analisis data menggunakan analisis statistic deskriptif, Analisa regresi berganda, uji asumsu klasik (uji normalitas, uji heteroskedasitas, multikolinearitas), dan uji hipotesisi (uji parsial dan uji simultan).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa CSR memiliki nilai positif dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu pula CSR memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan karena bernilai positif, dan reputasi perusahaan bernilai negative dan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci :** CSR, Reputasi Perusahaan, Nilai Perusahaan.

## ABSTRACT

*This research aims to test whether there is a positive influence between CSR and Company Reputation on the value of companies in the mining sector on the Indonesian stock exchange. The type of data collected is primary data obtained from the company's annual report on the official website of the Indonesia Stock Exchange. The data analysis method used in this study uses quantitative analysis. By using 63 research population. This study used 15 samples studied from 2018-2022 using as many as 75 data tested. And the data analysis technique uses descriptive statistical analysis, multiple regression analysis, classical assumption tests (normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity), and hypothesis testing (partial test and simultaneous test).*

*The results of this study conclude that CSR has a positive value and has a significant influence on firm value, as well as CSR has an influence on company reputation because it has a positive value, and company reputation has a negative value and does not have a significant effect on firm value.*

***Keywords: CSR, Company Reputation, Company Value***