

ABSTRAKSI

Sabrina Aida Salma, Nomor Induk Mahasiswa 152220017, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Biaya *Research and Development* dan Biaya Pemasaran Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024)”. Dosen Pembimbing: Sadeli.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh Biaya *Research and Development* dan Biaya Pemasaran Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 10 perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan menggunakan WarpPLS 7.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biaya *Research and Development* berpengaruh negatif signifikan terhadap Profitabilitas. Biaya Pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas. Biaya *Research and Development* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Biaya Pemasaran berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dalam perannya sebagai variabel mediasi, profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Biaya *Research and Development* dan Biaya Pemasaran terhadap Nilai Perusahaan. Temuan pada penelitian ini menyarankan investor untuk memperhatikan tingkat profitabilitas perusahaan sebagai salah satu indikator penting untuk menilai nilai perusahaan serta tidak hanya berfokus pada besarnya pengeluaran perusahaan, tetapi juga pada efektivitas penggunaan biaya dalam mendukung pertumbuhan perusahaan sebelum mengambil keputusan investasi. Perusahaan diharapkan dapat mengelola dan mengalokasikan biaya *research and development* serta biaya pemasaran secara lebih efektif dan efisien agar pengeluaran yang dilakukan dapat memberikan kontribusi yang optimal terhadap peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan serta disarankan untuk mengidentifikasi titik optimal pengeluaran atau biaya agar tetap efektif dan tidak melebihi batas dimana tambahan biaya justru menurunkan kinerja perusahaan. Selanjutnya, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan sektor lain serta dapat menambahkan variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan serta dapat lebih memperhatikan karakteristik industri secara lebih spesifik.

Kata Kunci: Biaya *Research and Development*, Biaya Pemasaran, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.