

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate reputation* sebagai variabel mediasi. *Intellectual capital* dalam penelitian ini diproksikan dengan *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang mendapatkan kategori *excellent* pada *Indonesian Corporate Image Award* (IMAC) yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013 sampai 2017. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji Partial Least Square (PLS) yang dilakukan dengan bantuan *software* *warpPLS* versi 5.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama *human capital*, *structural capital*, *customer capital*, dan *corporate reputation* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kedua, *structural capital* berpengaruh signifikan terhadap *corporate reputation*. Ketiga, variabel *corporate reputation* tidak mampu memediasi pengaruh *intellectual capital* yang diproksikan oleh *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate reputation*, *customer capital*, *human capital*, nilai perusahaan, *structural capital*