

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand value* terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan non keuangan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel data perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian 2013-2017, data juga diperoleh dari majalah yang diterbitkan oleh SWA periode 2013-2017 untuk memperoleh informasi *brand value*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *brand value* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *brand value* yang tinggi akan dengan mudah mendapatkan loyalitas dari konsumen karena mengindikasikan produk yang dijual berkualitas. Jika produk berkualitas konsumen akan bersedia membeli ulang produk tersebut, sehingga dapat memengaruhi meningkatnya profitabilitas yang diperoleh perusahaan. Ketika profitabilitas perusahaan meningkat dapat menarik investor untuk berinvestasi dengan membeli saham perusahaan, sehingga meningkatkan kinerja pasar perusahaan. Selain itu karakteristik perusahaan juga memengaruhi kinerja perusahaan.

Kata kunci: *brand value*, profitabilitas, kinerja pasar, kinerja perusahaan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand value on company performance in non-financial companies in Indonesia. This study uses a data sample of non-financial companies listed in the Bursa Efek Indonesia (Indonesian Stock Exchange) during the 2013-2017 period. The data was also obtained from *SWA* magazines published during the 2013-2017 period to obtain information on brand value. The method used in this study is multiple linear regression. Based on the results of the analysis it can be concluded that brand value has a positive effect on company performance. Companies with a high level of brand value will easily gain loyalty from consumers because it indicates the high quality of products sold. If the products have a good quality the consumer will be willing to repurchase the product, which leads to an increase in profitability earned by the company. When the profitability of a company increases it can attract investors to invest by buying company shares, which accordingly increases the company's market performance. Moreover, company characteristics also affect company performance

Keywords: brand value, profitability, market performance, company performance