

ABSTRAK

Syahrani Aisyah. 2024. Pengaruh CEO *Characteristics* Terhadap *Firm Value* Dengan *Firm Size* Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di BEI. Skripsi Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Anny Widiasmara, S.E., M.Si., CSRS, Pembimbing (II) Nik Amah, S.E., M.Si., CSRS.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CEO *power*, CEO *narcissism*, CEO *education*, dan CEO *tenure* terhadap *firm value* dengan *firm size* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh 180 data observasi dari 46 perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi data panel berbasis EViews versi 10.

Hasil penelitian ini adalah CEO *power* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*, CEO *narcissism*, CEO *education*, dan CEO *tenure* tidak berpengaruh terhadap *firm value*. *Firm size* mampu memoderasi pengaruh CEO *power* terhadap *firm value*, *firm size* tidak mampu memoderasi pengaruh CEO *narcissism*, CEO *education* dan CEO *tenure* terhadap *firm value*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan para pemangku kepentingan, seperti dewan direksi serta investor dalam pengambilan keputusan yang lebih informasional mengenai pemilihan CEO yang tepat untuk meningkatkan *firm value* secara optimal. Penelitian ini menggunakan *firm size* sebagai variabel moderasi dalam mengkaji pengaruh CEO *characteristics* terhadap *firm value*. Penelitian ini mengisi kesenjangan literatur dengan meneliti bagaimana CEO *power*, *narcissism*, *education*, dan *tenure* mempengaruhi *firm value* berdasarkan skala operasional perusahaan.

Kata Kunci: CEO *Power*, CEO *Narcissism*, CEO *Education*, CEO *Tenure*, *Firm Value*, *Firm Size*

ABSTRACT

Syaharani Aisyah. 2024. *The Influence of CEO Characteristics towards Firm Value with Firm Size as a Moderating Variable in Conventional Banking Companies Listed on the IDX*. Thesis Accounting Departement, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Advisor (I) Dr. Anny Widiasmara, S.E., M.Si., CSRS, Advisor (II) Nik Amah, S.E., M.Si., CSRS.

This study aimed to determine the effect of CEO power, CEO narcissism, CEO education, and CEO tenure towards firm value with firm size as a moderating variable. This study used a purposive sampling technique, so 180 observation data were obtained from 46 conventional banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The method used was a quantitative approach using panel data regression analysis based on E-Views version 10.

The results of this study are CEO power has a positive and significant effect towards firm value, CEO narcissism, CEO education, and CEO tenure have no effect on firm value. Firm size is able to moderate the effect of CEO power on firm value, firm size is unable to moderate the effect of CEO narcissism, CEO education and CEO tenure on firm value. It is expected to provide information for consideration for stakeholders, such as the board of directors and investors in making more informed decisions regarding the selection of the right CEO to increase firm value optimally. This study uses firm size as a moderating variable in examining the effect of CEO characteristics on firm value. This study fills the gap in the literature by examining how CEO power, narcissism, education, and tenure affect firm value based on the scale of the company's operations.

Key Words: CEO Power, CEO Narcissism, CEO Education, CEO Tenure, Firm Value, Firm Size