

## ABSTRAK

Reputasi perusahaan sangat penting untuk diperhatikan oleh manajemen perbankan karena dapat memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan, yang pada akhirnya akan memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keberagaman gender dan struktur kepemilikan terhadap reputasi perusahaan dengan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel mediator. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan termasuk dalam jenis penelitian eksplanasi. Populasi dalam penelitian adalah seluruh perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode pengamatan tahun 2017-2021 berjumlah 47 perusahaan. Adapun penarikan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Diperoleh sampel pada penelitian sebanyak 11 perusahaan. Metode analisis jalur (*path analysis*) digunakan sebagai teknik analisis data pada penelitian dengan memanfaatkan program IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap CSR tetapi keberagaman gender dan kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap CSR. Kemudian keberagaman gender dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan tetapi kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Pada penelitian ini CSR berperan sebagai mediator pengaruh keberagaman gender dan kepemilikan manajerial terhadap reputasi perusahaan, sementara itu CSR tidak berperan sebagai mediator pengaruh kepemilikan publik terhadap reputasi perusahaan.

**Kata Kunci:** Keberagaman Gender, Struktur Kepemilikan, Kepemilikan Publik, Kepemilikan Manajerial, Reputasi Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*

## **ABSTRACT**

*Company reputation is highly important to be considered by banking management as it can influence investors' perception of the company, which ultimately affects the company's value. This study aims to analyze the influence of gender diversity and ownership structure on corporate reputation, with corporate social responsibility (CSR) as a mediating variable. The research adopts a quantitative approach and falls under the category of explanatory research. The population for this study consists of all banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the observation period from 2017 to 2021 totaling 47 companies. The sampling method used is non-probability sampling with purposive sampling technique, resulting in a sample of 11 companies. The path analysis method is used as a data analysis technique in research using the IBM SPSS program. The research finds that managerial ownership has a significant positive impact on CSR, while gender diversity and public ownership do not affect CSR. Furthermore, gender diversity and CSR are found to have a significant positive impact on corporate reputation, whereas public ownership does not impact corporate reputation. In this study, CSR plays a mediating role in the relationship between gender diversity and managerial ownerships with corporate reputation, however, CSR does not mediate the influence of public ownership on corporate reputation.*

**Keywords:** *Gender Diversity, Public Ownership, Managerial, Ownership Structure, Company Reputation, Corporate Social Responsibility*