

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kondisi serta pengaruh *Environment Social Governance* (ESG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Marketing Expenses*, terhadap *Firm Value* yang diukur dengan *Ratio Price Book Value* pada perusahaan sektor energi periode 2012-2021. Populasi penelitian adalah sebanyak 78 dilakukan metode pemilihan sampel yaitu *purposive sampling* dan didapat 16 perusahaan yang sesuai dengan kriteria sampel. Pendekatan analisis menggunakan metode kuantitatif dianalisis secara deskriptif dan verifikatif menggunakan regresi data panel. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan sebesar 64,5% dari *Environment Social Governance* (ESG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Marketing Expenses*, terhadap *Firm Value* secara simultan. Secara parsial *Environment Social Governance* (ESG) berpengaruh positif signifikan terhadap *Firm Value* sebesar 49,26%, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *Firm Value* sebesar 23,75%, dan *Marketing Expenses* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Firm Value* sebesar -8,57%.

Kata kunci : *Environment Social Governance* (ESG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Marketing Expenses*, *Firm Value*