

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan corporate social responsibility sebagai variabel intervening. Pada penelitian ini, objek yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial, sedangkan untuk variabel dependennya yang digunakan adalah nilai perusahaan. Untuk variabel interveningnya yang digunakan yaitu corporate social responsibility. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan 26 sampel perusahaan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap corporate social responsibility. Kepemilikan manajerial berpengaruh secara signifikan terhadap corporate social responsibility. Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Corporate social responsibility tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan melalui corporate social responsibility. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan melalui corporate social responsibility.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of firm size and managerial ownership on firm value by using corporate social responsibility as an intervening variable. In this study, the object used is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2015-2019. The independent variables used in this study are firm size and managerial ownership, while the dependent variable used is firm value. The intervening variable used is corporate social responsibility. In this study using multiple regression analysis techniques with 26 samples of companies.

The results of this study indicate that the size of the company has no significant effect on corporate social responsibility. Managerial ownership has a significant effect on corporate social responsibility. Firm size has a significant effect on firm value. Managerial ownership has no significant effect on firm value. Corporate social responsibility has no significant effect on firm value. The size of the company does not significantly affect the value of the company through corporate social responsibility. Managerial ownership has no significant effect on firm value through corporate social responsibility.

Keywords: Company Size, Managerial Ownership, Corporate Social Responsibility, Company Value.