

## INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan; (2) pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan; (3) pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan; serta (4) pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan 148 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013 dengan metode pemilihan sampel *purposive sampling*. Uji asumsi klasik normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan uji Histogram, uji multikolinearitas, uji autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson*, serta menggunakan uji Glejser untuk menguji heterokedastisitas. Pengujian hipotesis menggunakan uji *t* dan uji *F*.

Penelitian ini menemukan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan (sig. 0.232). Selain itu, ditemukan jika kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (sig. 0.013), serta kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (sig. 0.018) dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (sig. 0.011).

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*(CSR), Kepemilikan manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan.

## **ABSTRACT**

*The aim of the research are to know: (1) is there relationship between corporate social responsibility on firm value; (2) is there relationship between management ownership on firm value;(3) is there relationship between institusional ownership on firm value; and (4) is there relationship between size of the company on firm value.*

*This research used 148 manufacturing companies which listed on the Indonesian Stock Exchange in 2010-2013 and used purposive sampling in selecting the companies. Classic assumption test is done, there are normality test with Kolmogorov- Smirnov test, multicolinierity test, autocorrelation test with Durbin- Watson test, and heteroskedasticity test with Glejser test. The hypothesis is tested by F test and t test.*

*This research found that corporate social responsibility negatively influence on firm value (sig. 0.232). Beside of that, management ownership positively influence on firm value (sig. 0.013), and institusional ownership positively influence( sig.0.018) on firm value, and also size of company positively influence( sig.0.011) on firm value*

*Keywords: Corporate social responsibility, management ownership, institutional ownership, size of company, firm value.*