

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Oleh

**Ni Made Ratna Dewi, NIM 1617041064**

**Program Studi Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, (2) ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dan (3) *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan objek penelitian ini adalah ukuran perusahaan, *corporate social responsibility*, dan nilai perusahaan. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 16 perusahaan. Data dikumpulkan dengan pencatatan dokumen, dan dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan (3) *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, nilai perusahaan, ukuran perusahaan

**ABSTRACT**

This research aims to examine the effect of (1) company size and corporate social responsibility on company value, (2) company size on company value, and (3) corporate social responsibility on company value. The research design used in this study is causal quantitative. The subjects of this study were food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange and the object of this study was company size, corporate social responsibility, and company value. The sampling technique used was purposive sampling of 16 companies. The data were collected by document recording, and analyzed by multiple linear regression analysis. The results showed that: (1) company size and corporate social responsibility had a significant effect on company value, (2) company size had a negative and significant effect on company value, and (3) corporate social responsibility had a positive and significant effect on company value.

**Keywords:** company size, company value, corporate social responsibility