

ABSTRAK

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari perusahaan. Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial pada nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderating. Sampel penelitian terdiri 30 perusahaan yang termasuk dalam Jakarta Islamic Index yang memenuhi kriteria *purposive sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dari tahun 2016 sampai tahun 2019. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa *annual report* yang diunduh dari website BEI. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis (MRA)* dengan SPSS versi 22. Terdapat empat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan



ABSTRACT

Increasing company value is the main goal of the company. This thesis aims to analyze the effect of institutional ownership and managerial ownership on firm value with corporate social responsibility as the moderating variable. The research sample consisted of 30 companies included in the Jakarta Islamic Index that met the purposive sampling criteria. Sampling was conducted from 2016 to 2019. The data used are secondary data in the form of an annual report downloaded from the IDX website. The data analysis technique used was Moderated Regression Analysis (MRA) with SPSS version 22. There are four hypotheses proposed in this study. The results of this study indicate that institutional ownership and managerial ownership have a negative effect on firm value. Meanwhile, Corporate Social Responsibility as a moderating variable is able to strengthen the relationship of institutional ownership and managerial ownership to firm value.

Keywords : Institutional Ownership, Managerial Ownership, Corporate Social Responsibility, Firm Value

