

ABSTRAK

Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Selain untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi perusahaan juga perlu memaksimalkan nilai perusahaan guna memakmurkan para pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi dinilai mampu meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan adalah jumlah harga yang bersedia dibayar oleh investor jika perusahaan itu dijual. Nilai perusahaan umumnya dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa. Semakin tinggi harga saham di pasar modal, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Struktur Modal, *Sales Growth*, *Corporate Social Responsibility* terhadap perubahan Nilai Perusahaan. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017 yaitu sebanyak 48 perusahaan manufaktur sektor aneka industri. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 19 (sembilan belas) perusahaan manufaktur yang dihitung dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Struktur Modal, *Sales growth* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Struktur Modal dan *Sales growth* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kata kunci: Struktur Modal, *Sales Growth*, *CSR*, dan Nilai Perusahaan

ABSTRACT

The purpose of establishing a company is to get the maximum profit. In addition to getting high profits the company also needs to maximize the value of the company in order to prosper shareholders. A high company value is considered to be able to increase investor interest and confidence in the company. The value of a company is the amount of price an investor is willing to pay if the company is sold. The value of the company can generally be observed through the movement of the company's stock price that is traded on the exchange. The higher the share price on the capital market, the higher the wealth of the shareholders

This research aims to know influence of Capital Structure, Sales Growth, and Corporate social Responsibility of Firm Value. This object for this research is miscellaneous industry which are listed in Bursa Efek Indonesia for 2013-2017 period as much 48 Companies. This research uses 19 sample micellaneous industry which are calculated by Purposive Sampling Techique. This research use mutliple technical analysis.

The result of this research shows that either simultaneously or partially, the variabel of Capital Structure, Sales Growth and Corporate Social Responsibility Influence Firm Value. The result is, there is influence between Corporate Social Responsibility of firm value, but there is no influence between Sales growth and Capital Structure of Firm Value

Keywords : Capital Structure, Sales Growth, CSR and Firm Value

UNIVERSITAS
MERCU BUANA