

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 50 perusahaan selama periode tahun 2013-2017 dengan teknik *purposive sampling*. Teknik uji analisis yang digunakan pada penelitian ini antara lain, Analisis Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji t, dan Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tetapi *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility*, moderasi  $ROA * CSR$  dan  $DER * CSR$  berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci** : Profitabilitas, *Leverage*, Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of profitability and leverage on firm value with corporate social responsibility as a moderating variable in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sample used in this study were 50 companies during the period 2013-2017 with a purposive sampling technique. Analysis test techniques used in this study include, Descriptive Statistical Analysis, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, t Test, and F Test, and Determination Coefficient Test.*

*Based on the test results show that partially profitability and leverage variables have a positive and significant effect on firm value. This research also shows that Corporate Social Responsibility can moderate and strengthen the effect of profitability on firm value. But Corporate Social Responsibility cannot moderate the effect of leverage on firm value. Simultaneous test results indicate that the variable profitability, leverage, corporate social responsibility, moderation ROA \* CSR and DER \* CSR significantly influence the value of the company..*

**Key Term :** Profitability, Leverage, Firm Value, Corporate Social Responsibility