

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE* (CSR) TO THE FIRM VALUE WITH PROFITABILITY AS THE MODERATING VARIABLE

By

Yuni Rahayuningsih

This research is meant to examine and analyze the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) to the company value with profitability as the moderating variable. Manufacturing companies and mining companies which are listed in the Indonesia Stock Exchange for 5 years period of observation (2012-2016) are used as samples in this research. Data is collected by using sampling purposive methods and the hypothesis test is performed by using Moderated Regression Analysis (MRA). The result of this research indicates that the disclosure of CSR has positive significant influence to the company value and profitability as the moderating variable cannot influence the relation CSR disclosure to the company value.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), firm value, profitability.

ABSTRAK

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Oleh

Yuni Rahayuningsih

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan perusahaan sektor pertambangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia selama 5 tahun periode observasi (2012-2016). Data dikumpulkan menggunakan metoda *purposive sampling* dan pengujian hipotesis menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh positive signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, nilai perusahaan, profitabilitas.