

ABSTRACT

The aims of this research are to know : (1) The influence of corporate social responsibility to firm value (2) The influence of Profitability as the moderating variable in relations between corporate social responsibility and firm value.

Research object used as a sample in this research is manufacturing companies listed in BEI in 2012. Based on the sample selection refers to the purposive sampling method then obtained a sample of 82 companies. The analysis method of this research is simple regression analysis and multiple regression analysis.

These result showed that the variable disclosure of corporate social responsibility not significant effect on firm value. Variable profitability as measured by ROA not significant effect which means not able to strengthen or weaken the relationship disclosure of corporate social responsibility with a value of the company.

Keyword : Corporate Social Responsibility, Firm Value, Profitability

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderating.

Obyek penelitian yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012. Berdasarkan pemilihan sampel yang mengacu pada metode *purposive sampling* maka diperoleh sampel sebanyak 82 perusahaan. Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak berpengaruh signifikan yang berarti tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

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