

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012-2014. Sedangkan sampel penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 108 perusahaan sampel. Data yang digunakan adalah laporan keuangan dan laporan tahunan dari masing-masing perusahaan sampel, yang dipublikasikan melalui website www.idx.co.id dan termuat dalam *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Penelitian ini menggunakan alat uji statistik dengan pendekatan analisis regresi linier berganda dengan signifikansi 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengujian pada *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan sedangkan Kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial, profitabilitas, nilai perusahaan, perusahaan manufaktur.

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the influence of Corporate Social Responsibility with the profitability of the company's value and managerial ownership as a moderating variable. The population in this study are all manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange year period 2012-2014. While this sample was determined by purposive sampling method so that the company obtained 108 samples. The data used are the financial statements and annual reports of each sample company, published through the website www.idx.co.id and contained in the Indonesian Capital Market Directory (ICMD). This study using a statistical test to approach multiple linear regression analysis with 5% significance. These results indicate that testing on Corporate Social Responsibility significant effect on the value of companies with a positive direction, while the profitability of significant negative effect on firm value and managerial ownership is not significant positive effect on firm value. Profitability may moderate the influence of corporate social responsibility to corporate value while managerial ownership can not moderate the influence of corporate social responsibility to corporate value.

Keywords: Corporate social responsibility, managerial ownership, profitability, value of the company, manufacturing company.