

## ABSTAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (3) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014 menggunakan teknik sampling yaitu purpose sampling. Terdapat 144 sampel perusahaan selama tahun 2012-2014. Data diambil dari Indonesia Capital Market Directory (ICMD) dan laporan keuangan tahunan (laporan keberlanjutan). Metode analisis menggunakan analisis linear berganda. Kesimpulan penelitian ini adalah CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : CSR, Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

## ABSTRACT

*The aims of this research are to know: (1) The influence of CSR to firm value (2) The influence of Profitability to firm value (3) The influence of size to firm value. This research sample on manufacture sector in 2012 until 2014 by using method of purposive sampling. There are 144 sample companies in 2012 until 2014 which fulfilling criterion as this research sample. The secondary data obtained from Indonesia Capital Market Directory (ICMD) and annual reports (sustainability report). The analysis method of this research is multiple regression analysis. The result of research show that the effect of CSR on firm value was not significant. Profitability on firm value was significant. Size on firm value was significant.*

*Keyword: CSR, Firm Value, Profitability, Size*

## INTISARI

Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran para pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Hasil-hasil penelitian terdahulu yang belum konsisten diantaranya yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahudin (2008), Cecilia *et al* (2015), Retno dan Denies (2012), menarik bagi peneliti untuk menguji kembali pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2014, adapun jumlah sampel yang diperoleh dengan menggunakan metode *purpose sampling* sebanyak 48 perusahaan jadi selama 3 tahun sebanyak 144 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Simpulan dari penelitian ini besarnya profitabilitas dan ukuran perusahaan terbukti mampu meningkatkan nilai perusahaan. Saran berupa penambahan variabel likuiditas, leverage, dll.