

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan (*Size*) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan dan diperoleh sampel sebanyak 20 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertama, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Kedua Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, artinya semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Ketiga, Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan, artinya kenaikan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh CSR dalam meningkatkan Nilai Perusahaan. Keempat, Profitabilitas tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.



ABSTRACT

This research was aimed to observe the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and firm size (Size) on the firm value with profitability as the moderated variable.

This research used quantitative method. Meanwhile, the research population of this research used manufacturing companies in the sub-sector of base industry and chemicals listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2015-2019 periods. Moreover, the sample collection technique used purposive sampling based on the determined criteria and it obtained a sample of 20 companies. The analysis technique used hypothesis tests i.e. multiple linear regressions.

Based on the research result, first, Corporate Social Responsibility (CSR) affected negatively on the firm value. Second, firm size had a positive effect on the firm value, it meant that the amount of the total assets which were owned by the company would increase the firm value. Third, profitability was able to moderated the effect of CSR on the firm value, it meant that the increasing firm value. In addition, the fourth showed that probability did not moderate (weaken) the effect of firm value on the firm value.

Keywords: corporate social responsibility, firm size, profitability, firm value

