

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris: (1) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, (2) *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria adalah 12 perusahaan yang memiliki data terkait mengenai variabel-variabel yang digunakan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan, dan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa: (1) profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

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



ABSTRACT

This research aimed to give empirical proof that: (1) The effect of profitability on the firm value, (2) Corporate Social Responsibility was able to strengthen the effect of profitability on the firm value. Furthermore, this research used a manufacturing company listed on IDX in the 2018-2020 period.

This research used an associative with quantitative approach. The sample determination method used purposive sampling. Meanwhile, the number of companies who fulfilled the criteria was 12 companies with related data of the research variables. Moreover, the research data used secondary data through the annual report, and research data analysis technique with Moderated Regression Analysis (MRA).

Based on the research result concluded that: (1) Profitability had negative and significant on the firm value, (2) Corporate Social Responsibility (CSR) had strengthened the effect of profitability on the firm value.

Keywords: Profitability, Firm Value, Corporate Social Responsibility

