

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Profitabilitas dan *Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Coporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. Obyek dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2015. Dalam penelitian ini sample berjumlah 97 observasi yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan *Moderated Regression Analysis* dengan menggunakan SPSS 22 dan Eviews 7.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan;, *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

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

ABSTRACT

This Study aims to analyze and provides the influence of Profitability and Size to the firm Value with corporate social responsibility as a moderating variable. The population of this research are all Manufacturing Companies which listed on the Indonesia Stock Exchange in period 2014 – 2015. This study have total sample 97 companies were selected using purposive sampling method. The analysis method of this study is multiple linear regression analysis and moderated regression analysis (MRA) with SPSS 22 and Eviews 7.

The result of this study indicate that profitability have a positive and significant influence to the firm value, size have a positive and significant influence to the firm value, corporate social responsibility is a moderating variable in the effect of profitability to the firm value, corporate social responsibility is not a moderating variable in the effect of size to the company's value.

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