

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *growth*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012-2016. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan pemilihan sampel dengan metode purposive sampling. Terdapat 300 sampel yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan *path analysis*. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) *Growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (4) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (5) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas. (6) *Growth* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. (7) Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. (8) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. (9) *Growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. (10) Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of Corporate Social Responsibility, growth, and size on the value of companies with profitability as an intervening variable on manufacturing companies listed on the stock exchange of Indonesia. The data used in this research is secondary data and sample selection by using purposive sampling method. Methods of data analysis using multiple regression and path analysis. The results of the analysis show that (1) Corporate Social Responsibility positive affect not significant on firm value. (2) Growth has a significant positive affect on firm value. (3) Size has a significant positive affect on firm value. (4) Profitability has a significant positive affect on firm value. (5) Corporate Social Responsibility positive affect not significant on profitability. (6) Growth has a significant positive affect on profitability. (7) Size has a significant positive affect on profitability. (8) Corporate Social Responsibility does not significant to firm value with profitability. (9) Growth is positive and significant to firm value with profitability. (10) Size is positive and significant to firm value with profitability.

Keyword : Corporate Social Responsibility, Growth, Size, Profitability, and Firm value.