

ABSTRAK

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL PEMODERASI**

**Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI untuk periode
2009 sampai dengan 2011**

Hironimus Krisna Wijaya

NIM : 082114013

Universitas Sanata Dharma

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dan (2) pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi empiris. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011. Total sampel penelitian ini adalah 47 perusahaan yang ditentukan berdasarkan metode *puposive sampling*. Penelitian ini menggunakan regresi sederhana untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dan uji interaksi atau sering disebut *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan antar *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini adalah *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

Kata kunci : *corporate social responsibility*, nilai perusahaan, profitabilitas.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TO
THE FIRM VALUE WITH PROFITABILITY AS THE MODERATING
VARIABLE**

**Empirical Study in Manufacture Companies Listed on the Indonesia Stock
Exchange for the period 2009 through 2011**

**Hironimus Krisna Wijaya
NIM : 082114013
Universitas Sanata Dharma**

The objectives of this research are to analyze: (1) the influence of corporate social responsibility to the firm value and (2) the influence of profitability as moderating variable in the relation between corporate social responsibility and firm value.

The type of the research is an empirical study. The sample used in this study is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the year 2009-2011. The samples of this research are 47 companies that are determined based on purposive sampling method. This research uses simple regression to examine the effect of corporate social responsibility to the firm value and the Moderated Regression Analysis (MRA) to test the relationship between corporate social responsibility and corporate value with profitability as a moderating variable.

The results of this research showed that corporate social responsibility had significant positive influence towards firm value and profitability as the moderating variable has significant positive effect to the relationship between corporate social responsibility and firm value .

Keywords : corporate social responsibility, corporate value, profitability.