

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak periode 2013-2017 dan dipilih dengan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data sekunder yang dikumpulkan dengan metode riset kepustakaan dan dokumentasi. Analisis pengujian data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Regresi Linier Sederhana dan MRA (*Moderated Regression Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memperkuat dalam memoderasi hubungan Profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan.

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

ABSTRACT

This study was aimed to empirically examine the effect of profitability on the Corporate Value Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable. The sample used in this study were all sub sector textile and garment companies listed on the Indonesia Stock Exchange since the period of 2013-2017 and selected by purposive sampling method. The data used in this study from secondary data collected by the method of library research and documentation. The data analysis on this study used classical assumption test such as normality test, multikolinieritas test, heterokedastisitas test, and autocorrelation test. The hypothesis was tested by simple linear regression and MRA (Moderated Regression Analysis).

The results showed that the profitability (ROA) has positive effect on corporate value and Corporate Social Responsibility (CSR) can strengthen in moderating the relationship profitability (ROA) to corporate value.

Keywords: Profitability, Corporate Social Responsibility, Corporate Values