

ABSTRACT

The purpose of this research are to know : (1) The influence of Corporate Social Responsibility to firm value, (2) The influence of Profitability as the moderating variable in relations between Corporate Social Responsibility and firm value. This research sample is Corporate Social Responsibility disclosure on banking sector in 2010 – 2012 period. Methods of data analysis used were multiple linear regression with a significance level of 5%, while the hypothesis test using T-Test to test the effect of partial variables. It also tested the classical assumptions that included tests of normality, heteroscedasticity test and autocorrelation test. The result of research show that the effect of Corporate Social Responsibility on firm value was significant. Profitability as the moderating variable in relation between Corporate Social Responsibility and firm value was significant.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Firm Value, Profitability



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) pengaruh Corporate Seocial Responsibility terhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderating antara Corporate Social Responsibility dengan nilai perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan perbankan periode 2010 – 2012. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi 5%, sementara hipotesis menggunakan uji-t untuk menguji pengaruh variabel secara parsial. Selain itu, dilakukan juga uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating dapat mempengaruhi hubungan Corporate Social Responsibility dengan nilai perusahaan.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Profitabilitas



UNIVERSITAS
MERCU BUANA