

ABSTRACT

This purpose of this study was to determine the effect of CSR (Corporate Social Responsibility) Disclosure to the firm's value of the company on manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange. The samples used in the study is 62 observation of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2013 to 2014 which is where the data in the study came from secondary data obtained through technical documentation.

The data of this study was to qualify the classical assumption and test the suitability of the model with an adjusted R² of 32,5% was to processed using multiple linear regression techniques by 35,8%. The analysis showed that extensive CSR Disclosure no significant effect and unable to strengthen CSR Disclosure effect in firm's value

The result of research show that the effect of CSR on firm value was significant. The size of the company as the first control variables may effect the relationship disclosure of CSR on firm value. Leverage as a second control variables can not affect the relationship disclosure of CSR on firm value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility Disclosure, firm's value, Size, Leverage, GRI4*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang dipakai dalam penelitian adalah 62 data dari perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2014 yang mana data dalam penelitian berdasarkan dari data sekunder yang diperoleh melalui teknik dokumentasi.

Data penelitian ini telah memenuhi syarat uji asumsi klasik dan uji kesesuaian model dengan adjusted R² sebesar 32,5% yang diolah dengan menggunakan teknik regresi linear berganda sebesar 35,8% yang diolah dengan menggunakan teknik Moderated Regression Analysis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol pertama dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. *Leverage* sebagai variabel kontrol kedua tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR, Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage, GRI4



UNIVERSITAS
MERCU BUANA