

## ABSTRAK

Penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan Corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. Leverage dan profitabilitas digunakan sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Serta Corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022. Cara penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga dari 239 populasi yang diperoleh sampel sebanyak 52 perusahaan. Data pada penelitian dianalisis dengan teknik analisis regresi data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) secara parsial bahwa leverage yang diproksikan oleh komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. 2) secara parsial bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. 3) secara parsial bahwa leverage yang diproksikan oleh komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. 4) secara parsial bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh Corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.

**Kata Kunci: Leverage, Profitabilitas, Nilai Perusahaan, Corporate social responsibility**