

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah 214 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022 yang diperoleh dari www.idx.co.id. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan didapat sebanyak 43 perusahaan manufaktur sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Alat analisis yang digunakan adalah Eviews 10. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas dan *leverage* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *corporate social responsibility* mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

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

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of liquidity, profitability and leverage on company value with corporate social responsibility as a moderating variable (Study of Manufacturing Companies Listed on the Indonesian Stock Exchange 2018-2022). The population used in this research was 214 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2018-2022 which were obtained from www.idx.co.id. The sampling technique used was purposive sampling and 43 manufacturing companies were obtained as samples. The analytical method used is panel data regression analysis. The analysis tool used is Eviews 10. The results of this study indicate that liquidity and leverage partially have no effect on firm value. Profitability partially has a positive and significant effect on firm value. In this case corporate social responsibility is not able to moderate the effect of liquidity and leverage on firm value. Meanwhile, corporate social responsibility is able to moderate the effect of profitability on firm value.

Keywords: *Company Value, Liquidity, Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility*