ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Penelitian ini juga menguji peran asimetri informasi sebagai variabel moderating dalam kaitannya dengan terhadap nilai perusahaan perusahaan. Sampel dipilih dengan menggunakan purposive sampling. Sampel terdiri dari 100 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2017. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan, corporate sosial responsibility bukan merupakan variabel moderating dalam hubungannya antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan corporate sosial responsibility merupakan variabel moderating dalam hubungannya antara leverage terhadap nilai perusahaan Dalam penelitian ini disarankan bagi manajemen sebagiknya dapat menjadi bahan yang menambah ilmu pengetahuan dan wawasan, tentang nilai perusahaan, sehingga manajemen perusahaan dapat merancang mekanisme pelaksanaan kelanjutan perusahaan dengan baik

Kata kunci : Profitabilitas, Leverage, Corporate Social Responbility dan Nilai Perusahaan