

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *corporate social responsibility*, *sales growth*, dan *leverage* terhadap agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Metode pengumpulan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 58 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah asumsi klasik dan regresi linier moderating.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh : (a) *corporate social responsibility* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak (b) *sales growth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak (c) *leverage* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak (d) *corporate social responsibility* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak yang dimoderasi oleh profitabilitas (e) *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak yang dimoderasi oleh profitabilitas, (f) *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak yang dimoderasi oleh profitabilitas (g) *corporate social responsibility*, *sales growth* dan *leverage* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak yang dimoderasi oleh profitabilitas. Kemudian berdasarkan uji hipotesis secara simultan (Uji F) dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *corporate social responsibility*, *sales growth*, dan *leverage* secara bersama-sama terhadap agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

Kata Kunci : Agresivitas Pajak, Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, *Sales Growth*, *Leverage*