

**PERAN MODERASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA
PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
SUB SEKTOR TEKSTIL DAN GARMEN YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Oleh

I Gede Angga Adnyana Putra, NIM 1617041104

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji peran moderasi *corporate social responsibility* pada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif dan kausal. Subjek yang digunakan pada penelitian ini merupakan perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan objek pada penelitian ini meliputi nilai perusahaan, profitabilitas serta *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan dari subjek penelitian yang menerbitkan laporan tahunan periode 2017-2018 yaitu sebanyak 16 perusahaan. Data yang digunakan dikumpulkan melalui teknik pencatatan dokumen, kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data regresi moderasi melalui uji nilai selisih mutlak. Penelitian yang dilakukan ini memperoleh hasil bahwa (1) secara signifikan, profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan (2) *corporate social responsibility* berperan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, moderasi, nilai perusahaan, profitabilitas.

***THE ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MODERATION ON
THE EFFECT OF PROFITABILITY ON FIRM VALUES REGISTERED
TEXTILE AND GARMENT SUB SECTORS
IN INDONESIA EXCHANGE***

By

I Gede Angga Adnyana Putra, NIM 1617041104

Management Departement

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the role of corporate social responsibility moderation on the effect of profitability on firm value. This research was quantitative research that was associative and causal. The subjects used in this study were the textile and garment sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. While the objects in this study include firm value, profitability, and corporate social responsibility. This study uses a population of companies from research subjects who published annual reports for the 2017-2018 period of 16 companies. The data used were collected through document recording techniques, then analyzed using a moderating regression data analysis techniques through the test of absolute difference in value. The study was carried out to obtain results that (1) significantly, profitability has a positive influence on firm value, and (2) corporate social responsibility plays a role in moderating the effect of profitability on firm value.

Keywords: *corporate social responsibility, firm value, moderasi, profitability.*