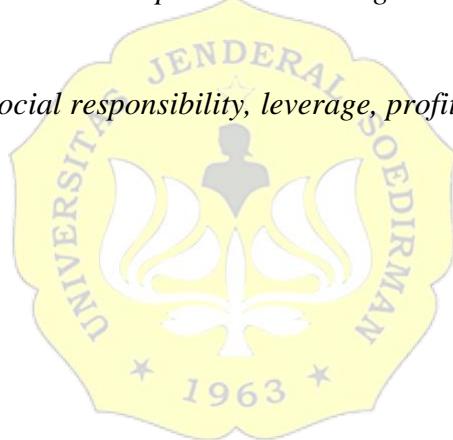


ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of social responsibility and leverage on firm value with profitability as a mediating variable in state-owned companies (Persero) listed on the IDX which have samples of 16 companies for the 2018-2021 observation period. Sampling was taken using a purposive sample method. in this study the independent variable is corporate social responsibility, leverage, profitability and the dependent variable is firm value. This research is a quantitative research using SEM-PLS analysis. Hypothesis testing using the smart-PLS 3 application. The results of this study indicate that social responsibility has a significant effect on profitability, profitability has a significant effect on firm value, and profitability is able to mediate the relationship between social responsibility and firm value, corporate social responsibility has no effect on firm value, leverage has no effect on profitability, leverage has no effect on firm value and profitability is unable to mediate the relationship between leverage and firm value.

Keywords: corporate social responsibility, leverage, profitability, firm value



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi pada perusahaan BUMN (persero) yang terdaftar di BEI dengan sampel 16 perusahaan periode tahun pengamatan 2018-2021. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sample. Penelitian ini variabel independennya adalah tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis SEM-PLS. Pengujian hipotesis menggunakan aplikasi smart-PLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas mampu memediasi hubungan antara tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan, tanggung jawab perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan antar *leverage* dengan nilai perusahaan.

Kata kunci : tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage*, *profitabilitas*, nilai perusahaan