

## ABSTRAKSI

*Corporate social responsibility* (CSR) dan *profitabilitas* merupakan informasi akuntansi pada suatu perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan reputasi perusahaan tersebut. Dengan memperoleh informasi yang relevan mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* dan *profitabilitas* pada laporan tahunan perusahaan diharapkan dapat memberikan informasi tambahan untuk para investor dan dapat digunakan sebagai alat pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan *profitabilitas* terhadap reputasi perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan uji asumsi klasik dan metode analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*). Sampel penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah 30 perusahaan yang terdaftar didalam LQ45 selama tahun 2012-2013. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berupa *data annual report* pada masing-masing perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap reputasi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi sebesar 0,236 yang nilainya lebih besar dari taraf nyata sebesar 0,05. Sedangkan *profitabilitas* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan yang dapat dilihat dari hasil tingkat signifikansi sebesar 0,005 lebih rendah dari taraf nyata sebesar 0,05.

Kata kunci : *corporate social responsibility* (CSR), *profitabilitas*, reputasi perusahaan, *closing price*, analisis regresi linier berganda.

## **ABSTRACT**

*Corporate social responsibility (CSR) and the profitability of the accounting information on a company that is expected to enhance the company's reputation. By obtaining relevant information regarding the disclosure of corporate social responsibility and profitability at the company's annual report is expected to provide additional information to investors and can be used as a means of consideration in the decision to invest.*

*This study aims to provide empirical evidence on the effect of disclosure of corporate social responsibility (CSR) and the profitability of the company's reputation. The method used in this research is quantitative descriptive research method using the classical assumption test and multiple linear regression analysis (Multiple Regression Analysis). The sample used in this study are 30 companies listed in the LQ45 during 2012-2013. The data used are secondary data in the form of data on the annual report of each company.*

*The results showed that the disclosure of corporate social responsibility (CSR) has a positive effect and no significant effect on the reputation of the company, it can be seen from the significance level of 0.236 which is greater than the level of significance of 0.05. While profitability has a positive and significant impact on a company's reputation can be seen from the results of a significance level of 0.005 is lower than the level of significance of 0.05.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), profitability, reputation of the company, closing price, multiple linear regression analysis.*